Digitalisierung: Wer investiert und profitiert – wer verliert?

Ergebnisse einer Umfrage unter
1.025 Unternehmen in zwölf Ländern

März 2015

EY
Building a better
working world

Design der Studie

- Repräsentative Befragung von 1.025 Unternehmen in 12 Ländern weltweit, davon 135 in Deutschland
- Telefonische Befragung durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut (Valid Research, Bielefeld) im Dezember 2014 und Januar 2015

Ihre Ansprechpartner

Olaf Riedel

Partner und Leiter Beratungsdienstleistungen Deutschland, Österreich, Schweiz bei EY

Adresse	Rothenbaumchaussee 76–78
	20148 Hamburg
Tel	+49 40 36132 12415
E-Mail	olaf.riedel@de.ey.com

Markus Heinen

Partner und Leiter der Strategieberatung für EMEIA (Europa, Mittlerer Osten, Indien und Afrika) bei EY

Adresse	Mergenthalerallee 3–5
	65760 Eschborn
Tel	+49 6196 996 26526
E-Mail	markus.heinen@de.ey.com

Befragungssample

Land	Anzahl der Befragungen
USA	140
Deutschland	135
Großbritannien	110
Frankreich	110
Italien	80
China	80
Spanien	70
Schweiz	70
Niederlande	60
Indien	60
Südkorea	60
Schweden	50
Gesamt	**1.025**

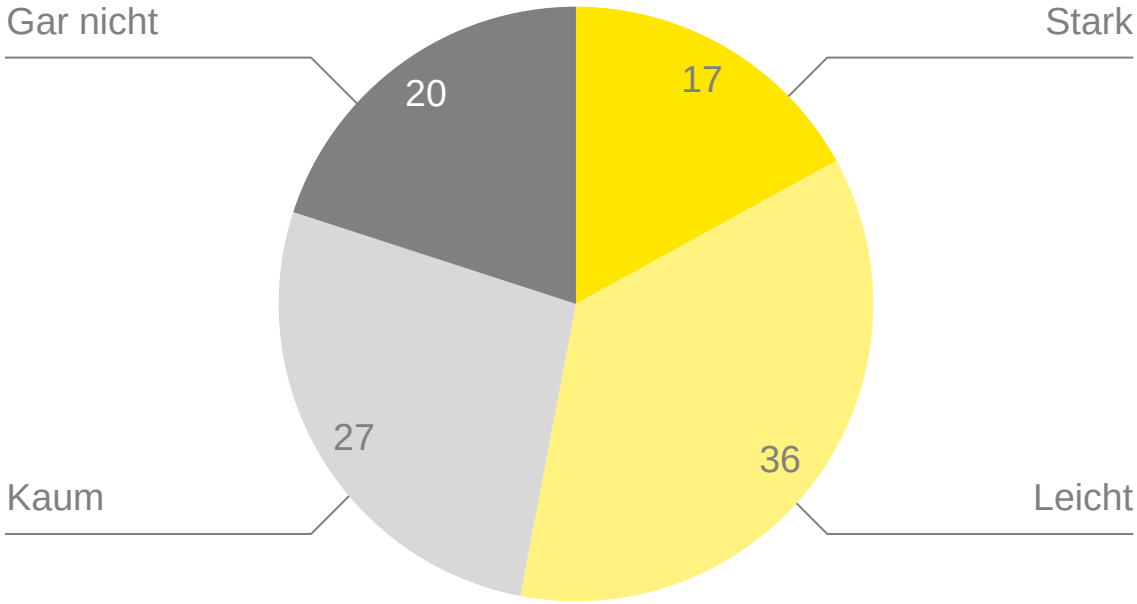
Branchenverteilung	
Dienstleistung	21 %
Konsumgüter	15 %
Maschinenbau/Anlagenbau	13 %
Handel	9 %
Transport und Logistik	9 %
IT und Elektronik	7 %
Banken und Versicherungen	7 %
Gesundheit	5 %
Telekommunikation und Medien	5 %
Automobil	5 %
Energie	4 %

Umsatzverteilung	
20 Mio. bis 50 Mio. USD	46 %
50 Mio. bis 100 Mio. USD	12 %
101 Mio. bis 250 Mio. USD	14 %
251 Mio. bis 500 Mio. USD	11 %
501 Mio. bis 1 Mrd. USD	5 %
1 Mrd. bis 10 Mrd. USD	6 %
11 Mrd. bis 50 Mrd. USD	6 %

Geschäftsmodelle im Wandel

Jedes sechste Unternehmen zuletzt mit starkem Wandel des Geschäftsmodells

„Wie sehr hat sich das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens – also das, was Ihr Unternehmen ausmacht, Ihre Produkte, Ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen – in den vergangenen fünf Jahren verändert?“



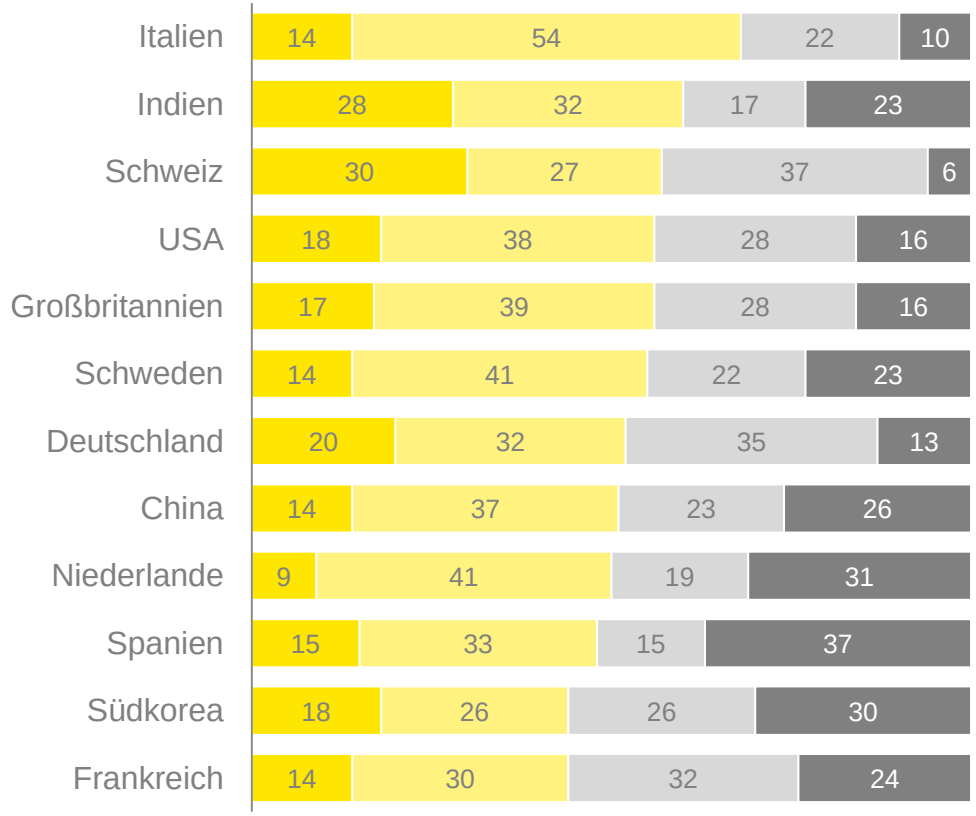
Anteil „Stark“	
Top Performer	25
Low Performer	14
Marktführer	18
International tätig	22

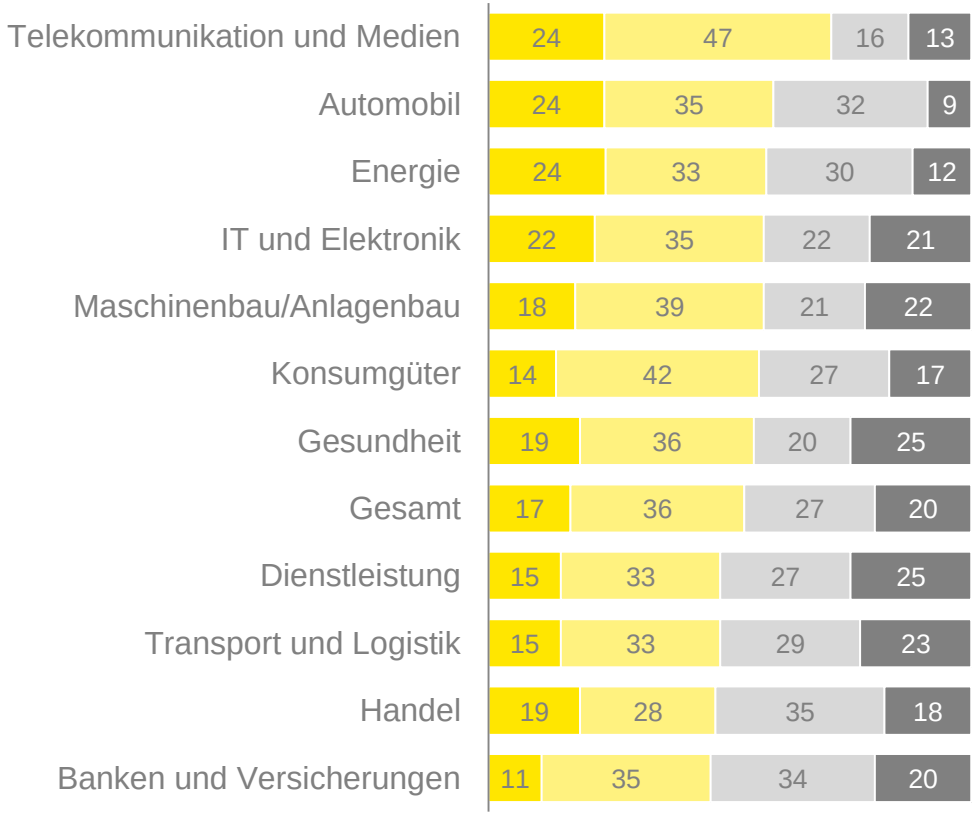
Angaben in Prozent

Geschäftsmodelle unter Druck: Bei gut jedem zweiten Unternehmen hat sich in den vergangenen Jahren das Geschäftsmodell spürbar verändert. Wachstumsstarke Unternehmen haben ihr Geschäftsmodell deutlich häufiger überarbeitet als Unternehmen mit einer stagnierenden oder rückläufigen Umsatzentwicklung.

Geschäftsmodelle von Telekommunikations- und Autounternehmen am stärksten im Wandel

„Wie sehr hat sich das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens – also das, was Ihr Unternehmen ausmacht, Ihre Produkte, Ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen – in den vergangenen fünf Jahren verändert?“

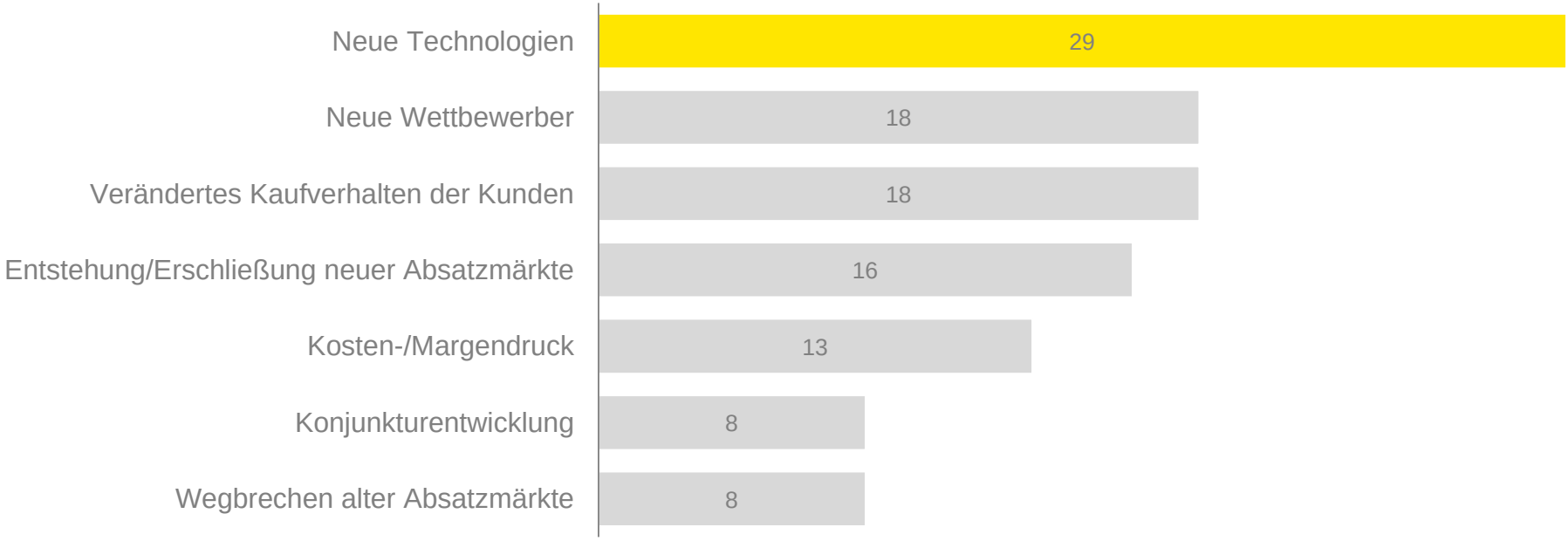




Angaben in Prozent — Stark — Leicht — Kaum — Gar nicht

Neue Technologien wichtigster Auslöser für Veränderungen des Geschäftsmodells

„Was waren die Auslöser für diese Veränderungen?“

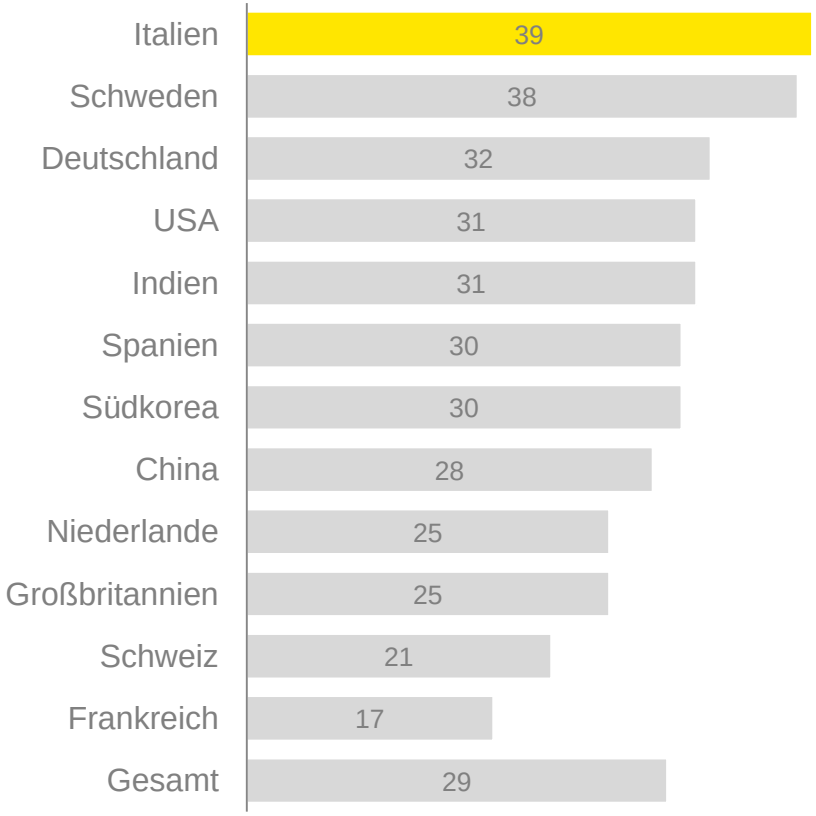


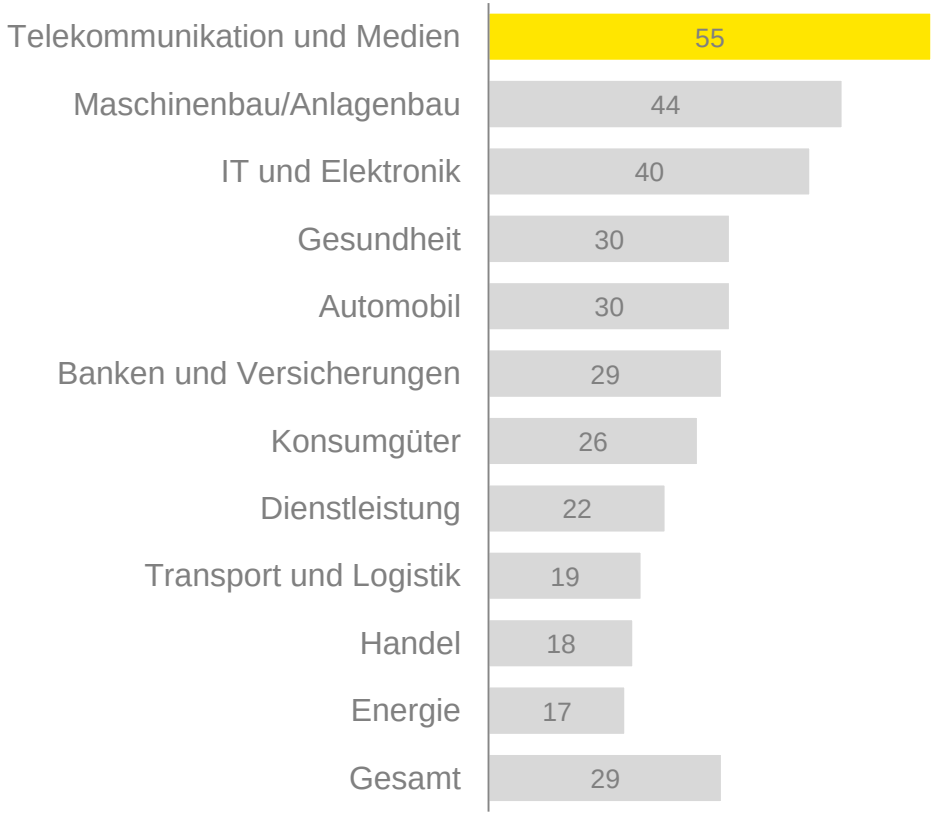
Angaben in Prozent

Für fast drei von zehn Befragten war das Aufkommen neuer Technologien der Hauptauslöser, um das eigene Geschäftsmodell zu verändern

Neue Technologien verändern Telekommunikations- und Medienbranche am stärksten

Anteil der Unternehmen, die neue Technologien als Treiber für Veränderungen des Geschäftsmodells benennen

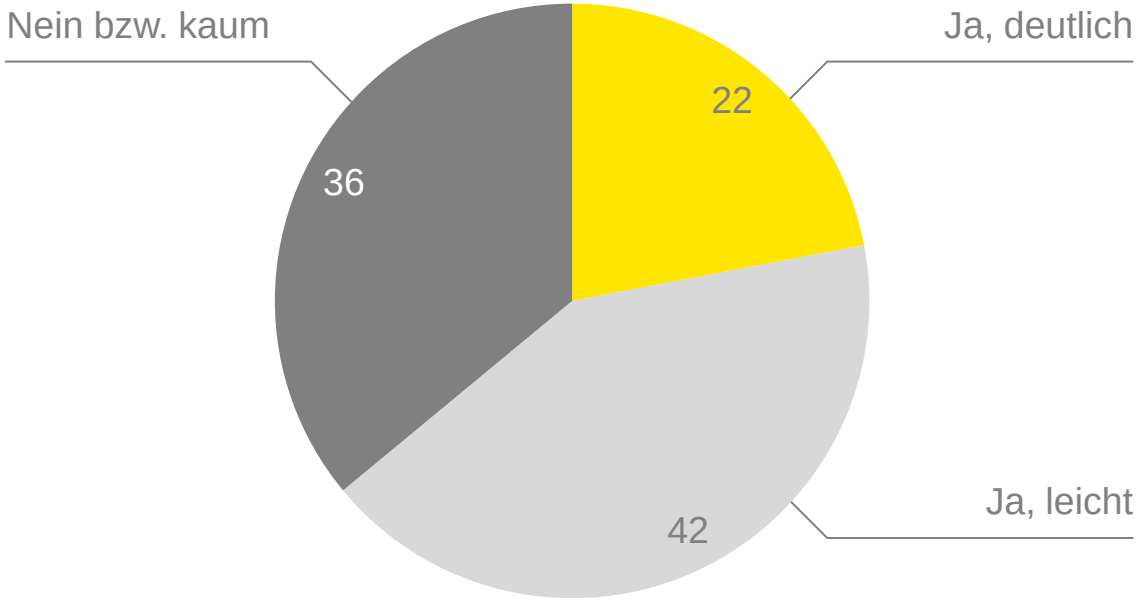




Angaben in Prozent

Mehrheit der Unternehmen rechnet mit (weiterer) Veränderung des Geschäftsmodells

„Erwarten Sie, dass sich das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens in den kommenden fünf Jahren verändern wird?“



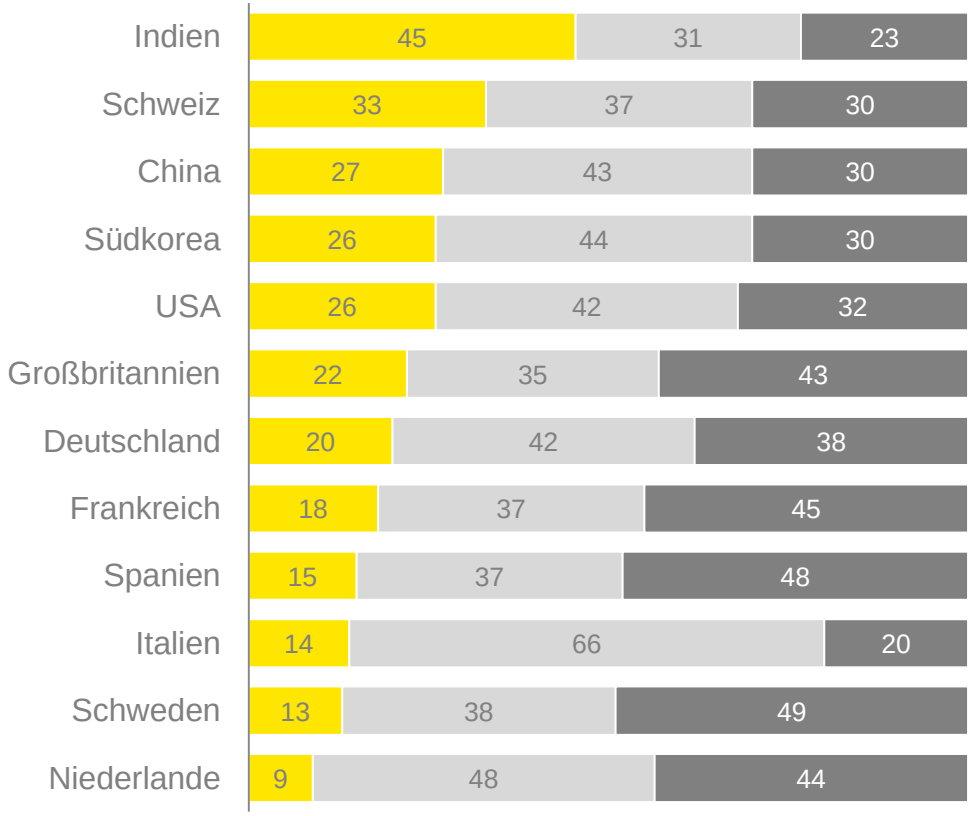
Anteil „Ja, deutlich“	
Top Performer	28
Low Performer	19
Marktführer	23
International tätig	23

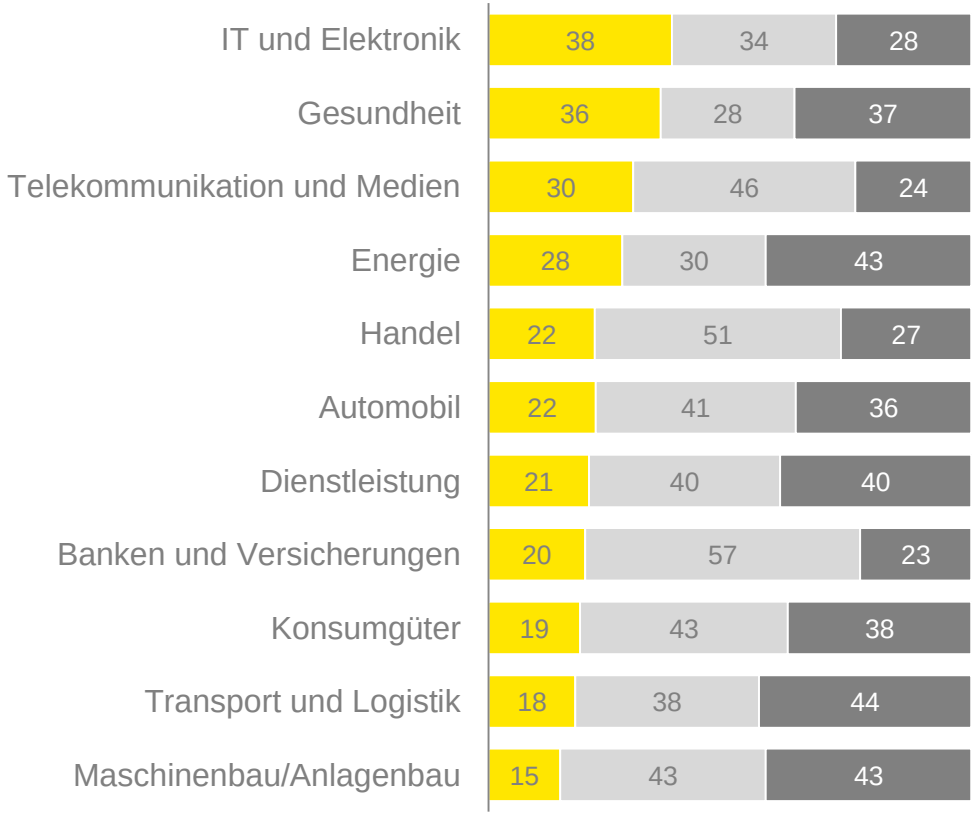
Angaben in Prozent

Die digitale Revolution erfasst immer mehr Branchen und zwingt in Zukunft immer mehr Unternehmen, sich weitgehend neu zu erfinden. Wachstumsstarke Unternehmen rechnen überdurchschnittlich häufig damit, ihr Geschäftsmodell anpassen zu müssen.

Geschäftsmodelle in der IT-Branche am stärksten unter Druck

„Erwarten Sie, dass sich das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens in den kommenden fünf Jahren verändern wird?“

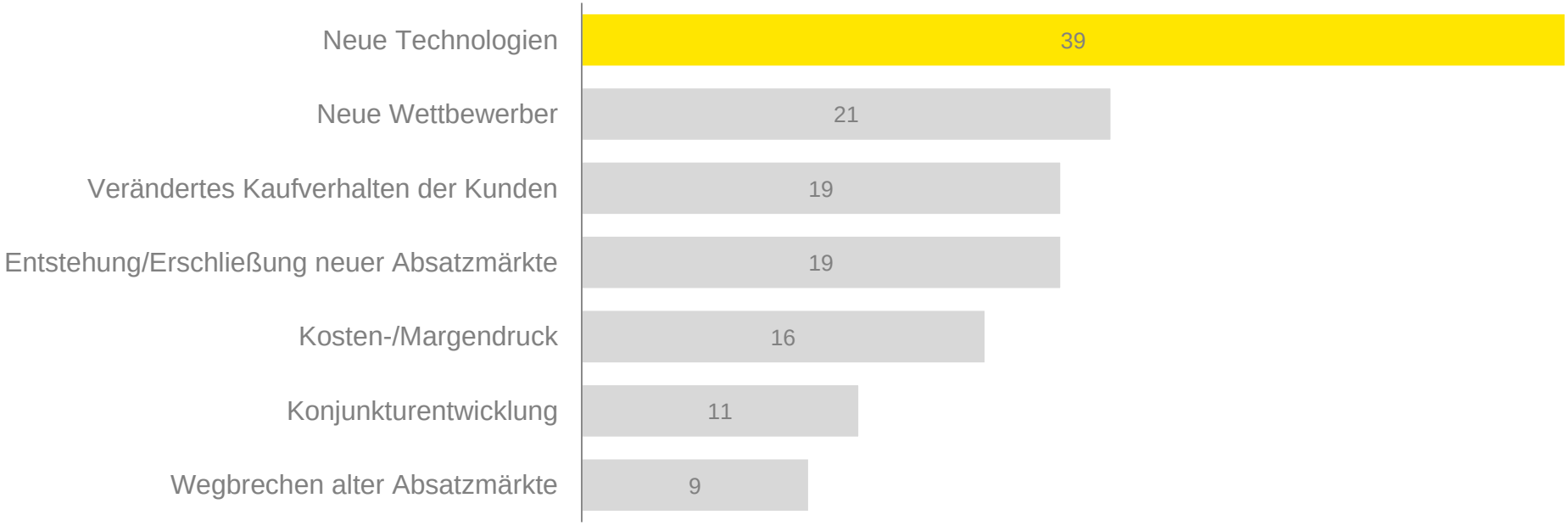




Angaben in Prozent — Ja, deutlich — Ja, leicht — Nein bzw. kaum

Neue Technologien werden auch zukünftig den stärksten Einfluss auf Geschäftsmodelle haben

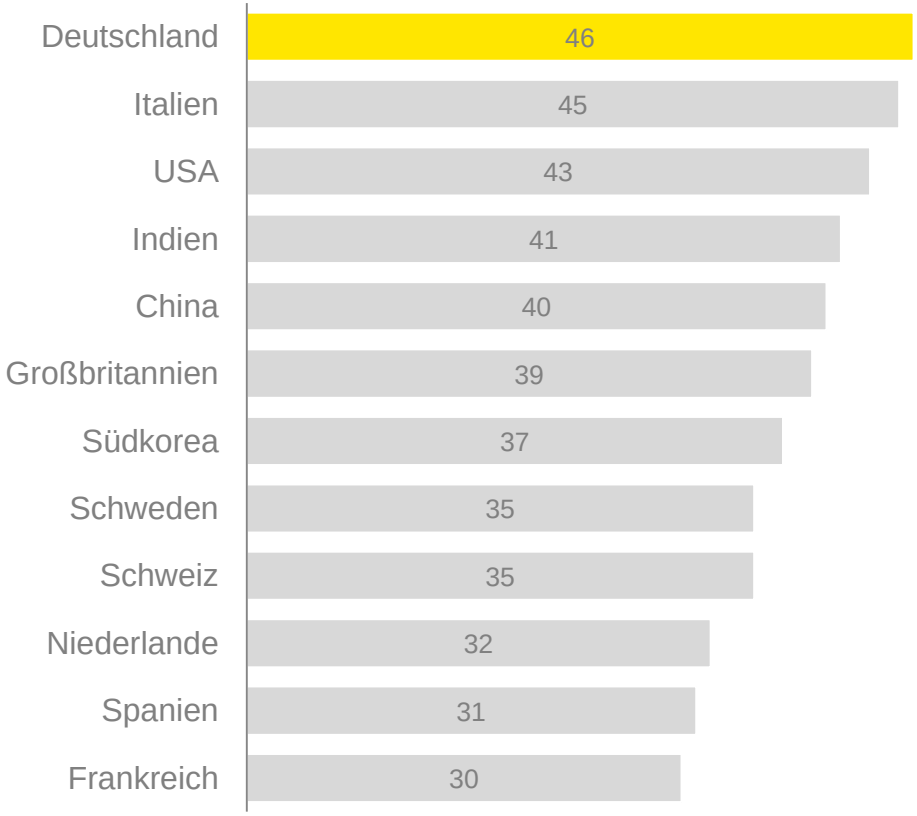
„Was werden die wichtigsten Treiber dieser Veränderungen sein?“

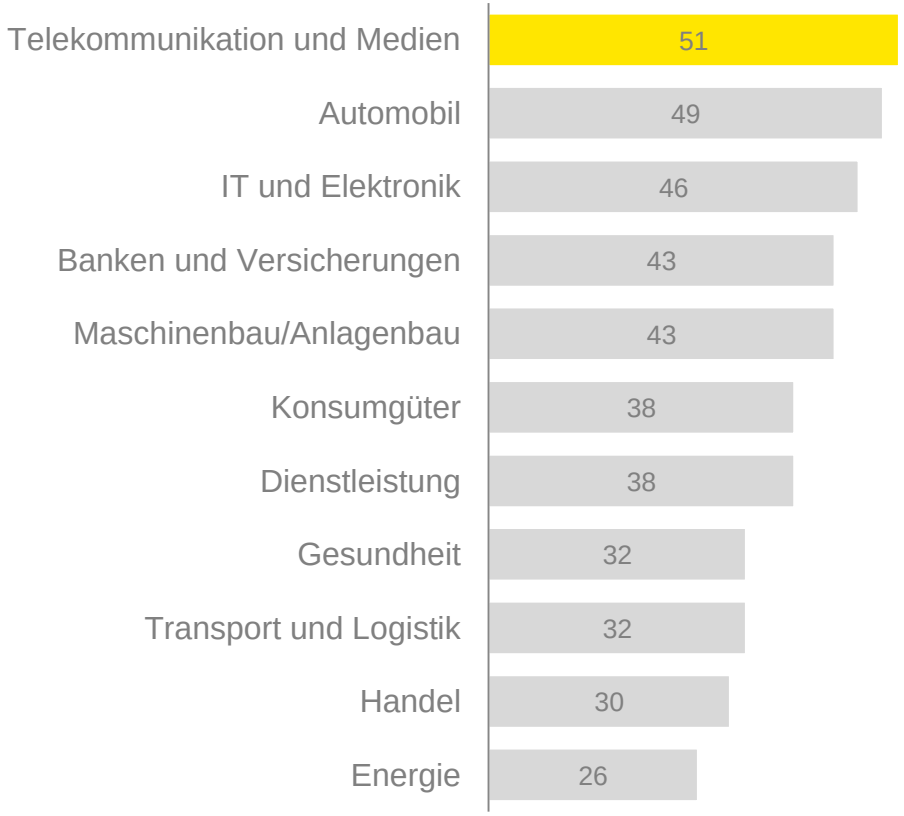


Angaben in Prozent

Auch zukünftig werden es vor allem neue Technologien sein, die den Wandel der Geschäftsmodelle vorantreiben – vor allem in der Telekommunikations-, Automobil- und IT-Branche (siehe nächste Seite).

Deutsche Unternehmen sehen am häufigsten neue Technologien als Treiber von Veränderungen



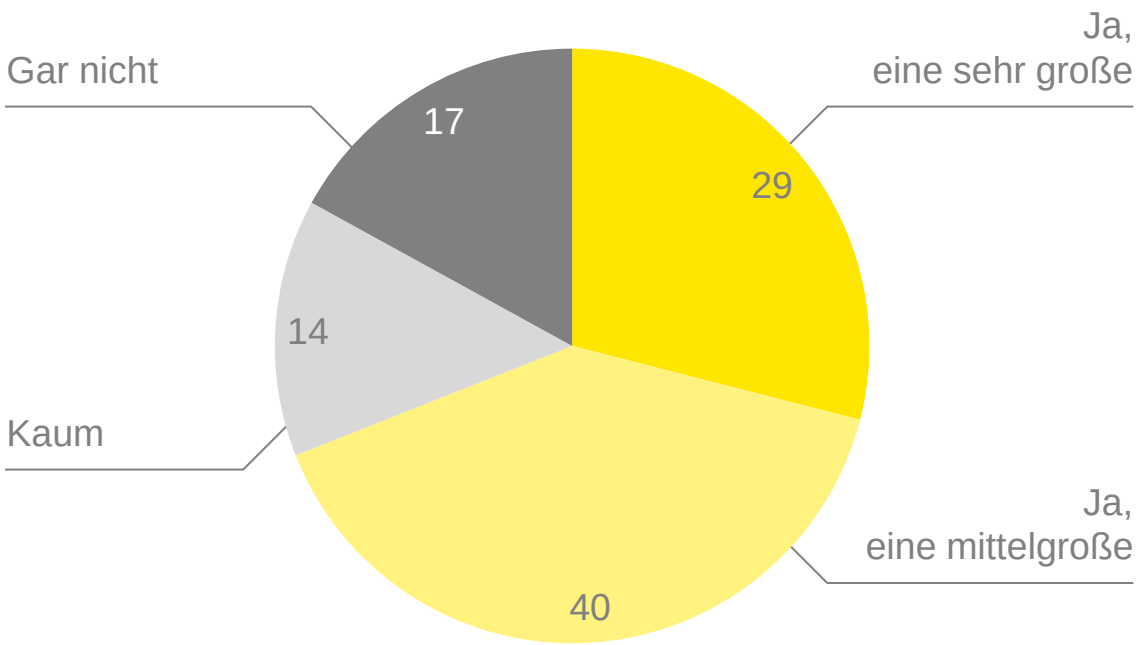


Angaben in Prozent

Digitalisierung der Wirtschaft

Digitale Technologien bei drei von zehn Firmen integraler Teil des eigenen Geschäftsmodells

„Spielen digitale Technologien für das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens derzeit eine Rolle?“



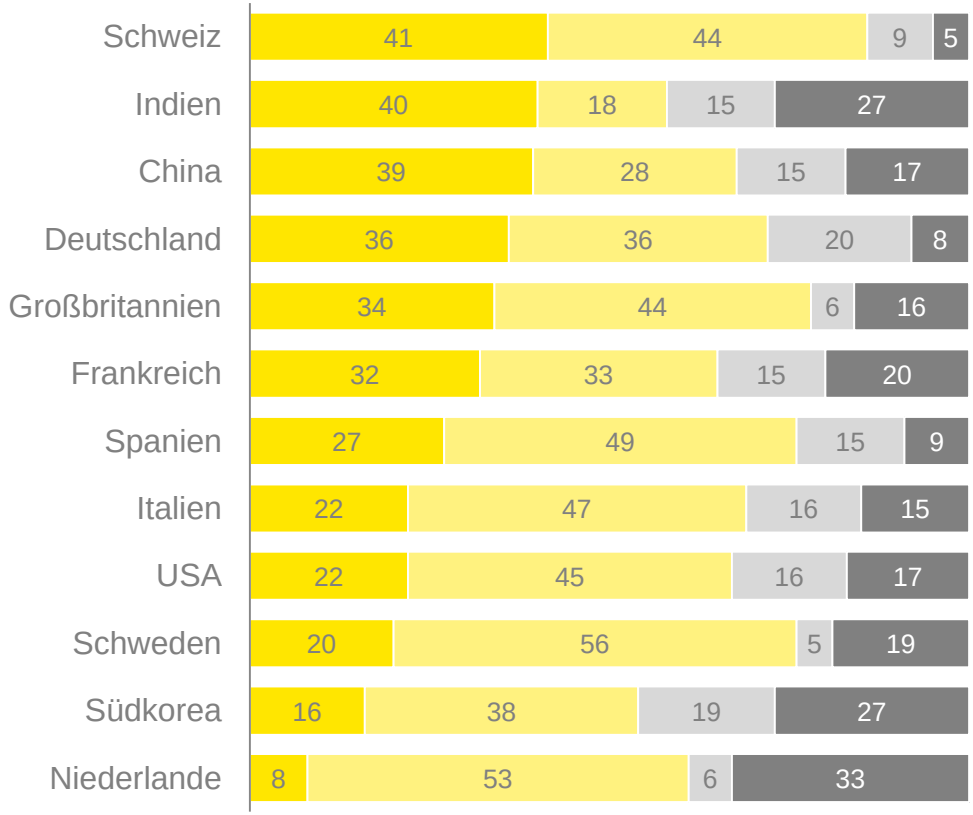
Anteil „sehr groß“ und „mittelgroß“	
Top Performer	84
Low Performer	58
Marktführer	75
International tätig	74

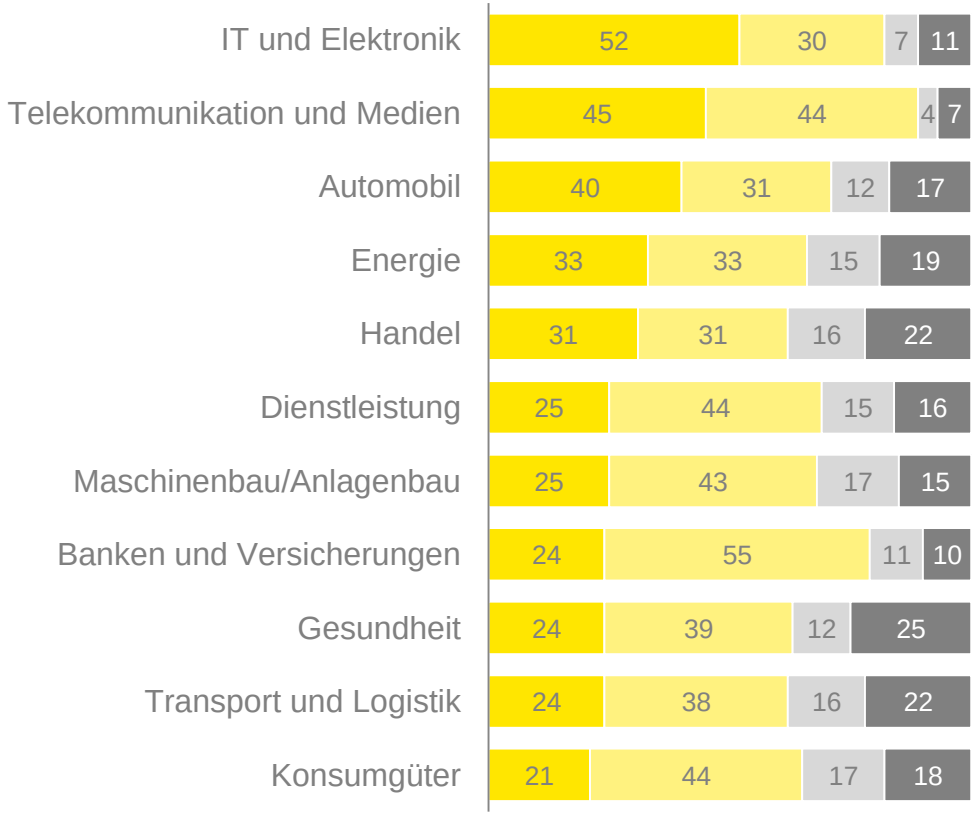
Angaben in Prozent

Bei fast sieben von zehn Unternehmen spielen digitale Technologien inzwischen eine große oder sehr große Rolle für das eigene Geschäftsmodell – naturgemäß vor allem bei IT- und Telekommunikationsunternehmen, überdurchschnittlich stark aber auch bei Unternehmen aus der Automobilbranche (siehe nächste Seite).

Digitale Technologien als integraler Teil des eigenen Geschäftsmodells: Schweiz vor Indien und China

„Spielen digitale Technologien für das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens derzeit eine Rolle?“

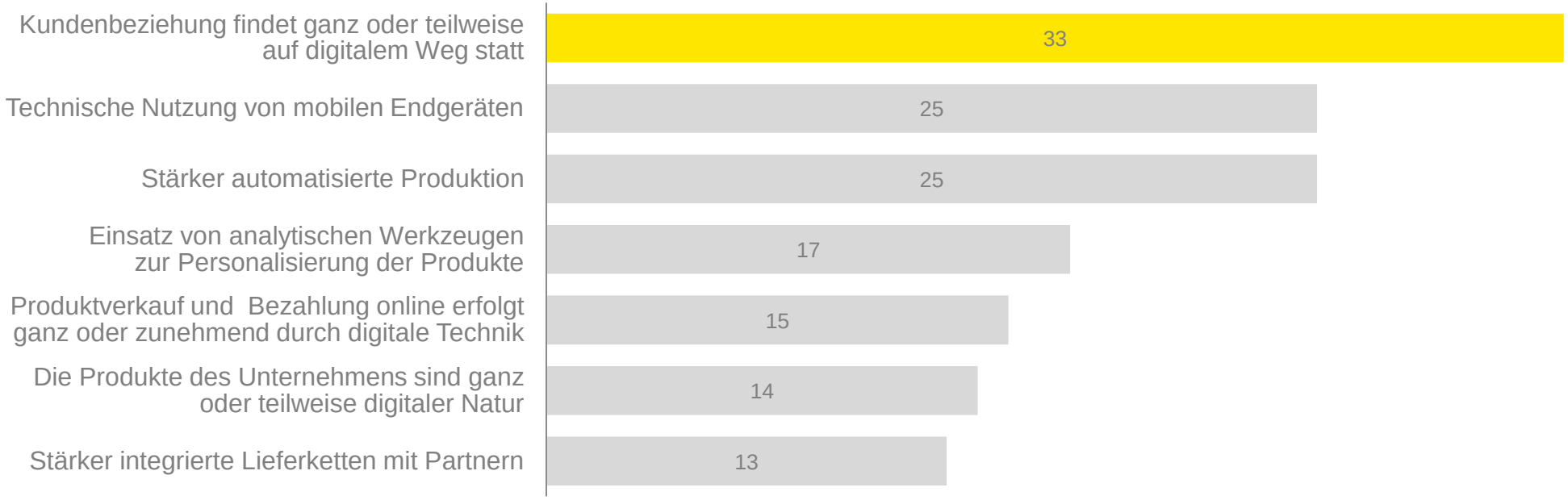




Angaben in Prozent — Ja, eine sehr große — Ja, eine mittelgroße — Kaum — Gar nicht

Digitale Technologien vor allem in der Kundenbeziehung von großer Bedeutung

„Inwiefern spielen digitale Technologien derzeit eine Rolle?“

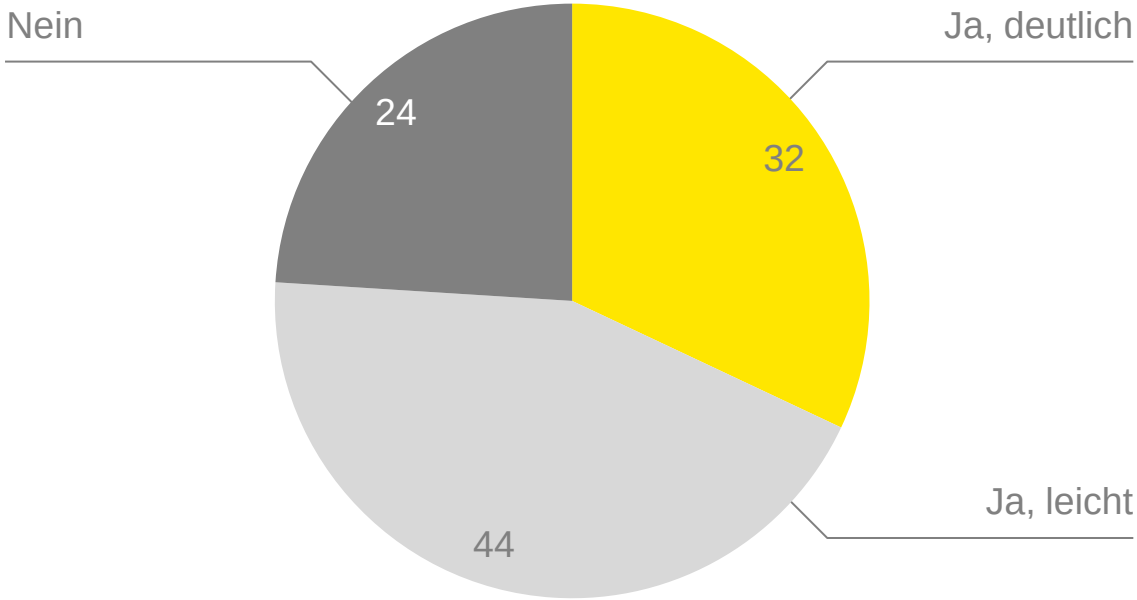


Angaben in Prozent

Bei jedem dritten Unternehmen finden die Kundenbeziehungen inzwischen ganz oder teilweise auf digitalem Weg statt. Analytische Werkzeuge zur Personalisierung der eigenen Produkte kommen hingegen nur bei jedem sechsten Unternehmen zur Anwendung.

Bedeutung digitaler Technologien steigt weiter

„Erwarten Sie, dass die Bedeutung digitaler Technologien für das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens in den kommenden fünf Jahren steigen wird?“



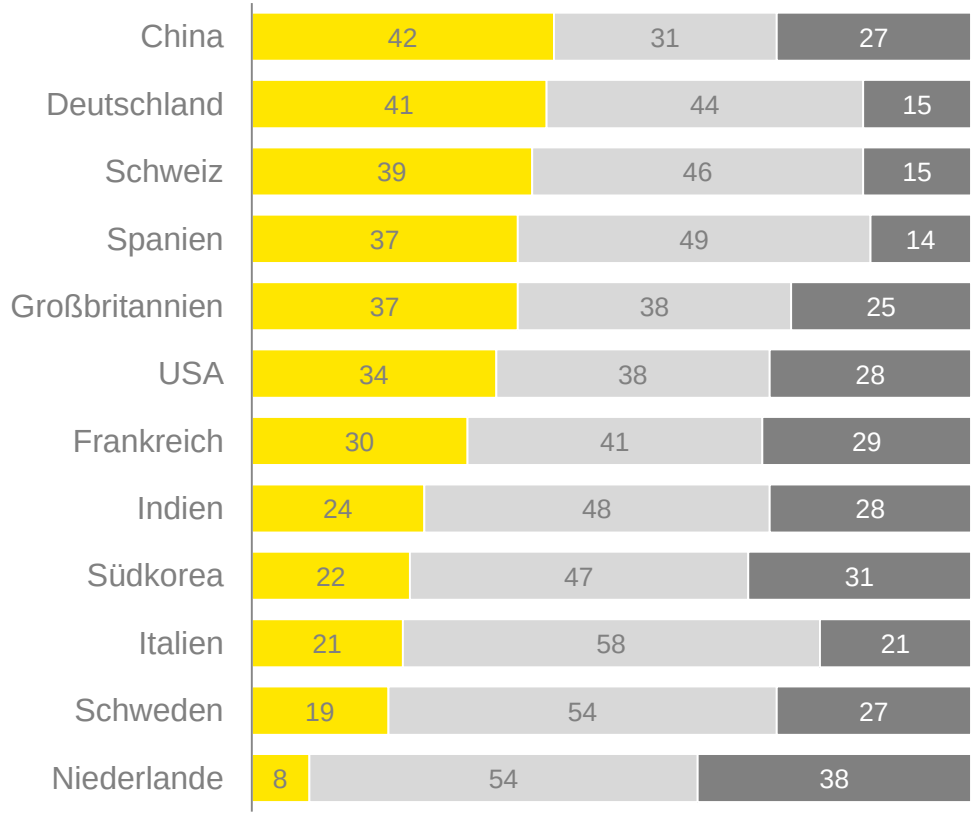
	Anteil „Ja, deutlich“
Top Performer	41
Low Performer	27
Marktführer	33
International tätig	34

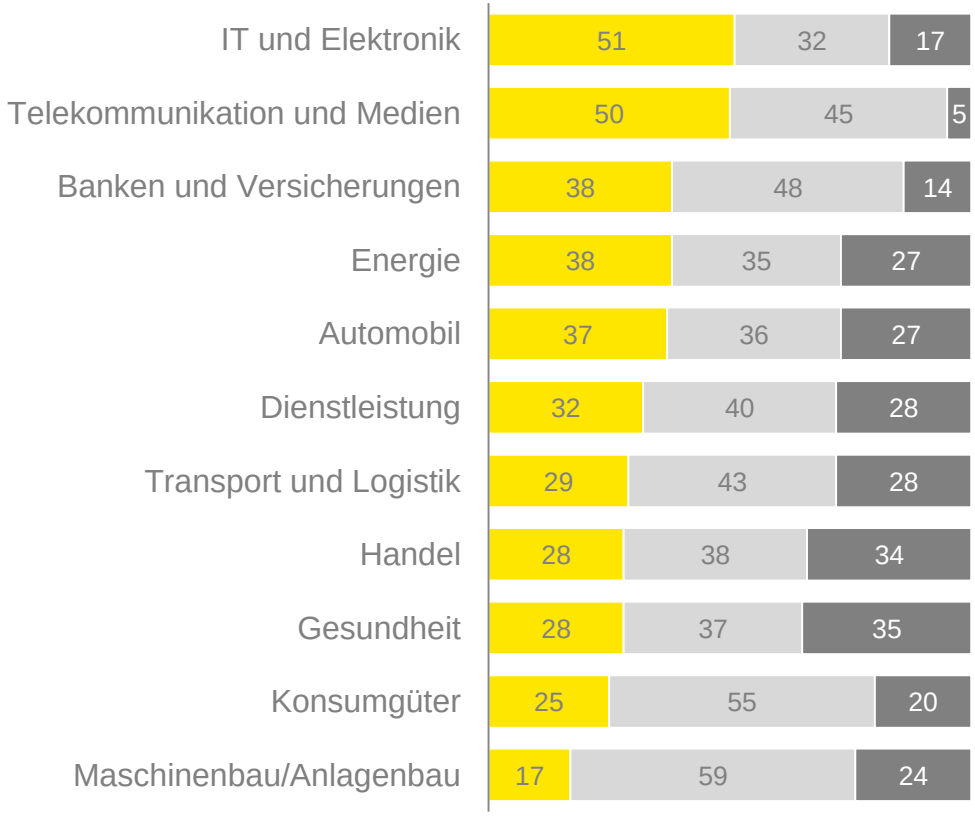
Angaben in Prozent

Jedes dritte Unternehmen rechnet mit einer stark steigenden Bedeutung digitaler Technologien für das eigene Geschäftsmodell. Vor allem in China und Deutschland ist dieser Anteil mit 42 bzw. 41 Prozent überdurchschnittlich hoch (siehe nächste Seite).

Bedeutung digitaler Technologien steigt weiter

„Erwarten Sie, dass die Bedeutung digitaler Technologien für das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens in den kommenden fünf Jahren steigen wird?“





Angaben in Prozent — Ja, deutlich — Ja, leicht — Nein

Investitionen in digitale Technologien

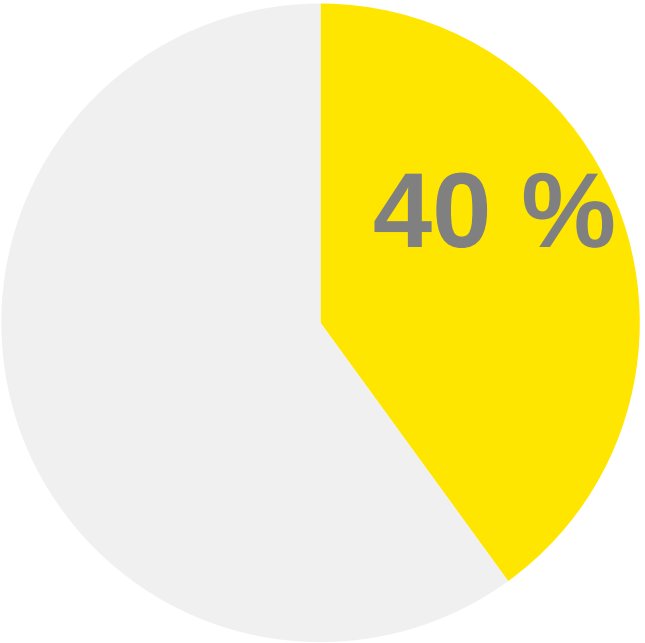
Für 2015 geplante Investitionen in Digitalisierung

Durchschnittlich geplante Investitionen in Digitalisierung

29 Mio. €

Top Performer	52 Mio. €
Low Performer	22 Mio. €
Marktführer	31 Mio. €
International tätig	35 Mio. €

Anteil der Unternehmen, die in Digitalisierung investieren wollen

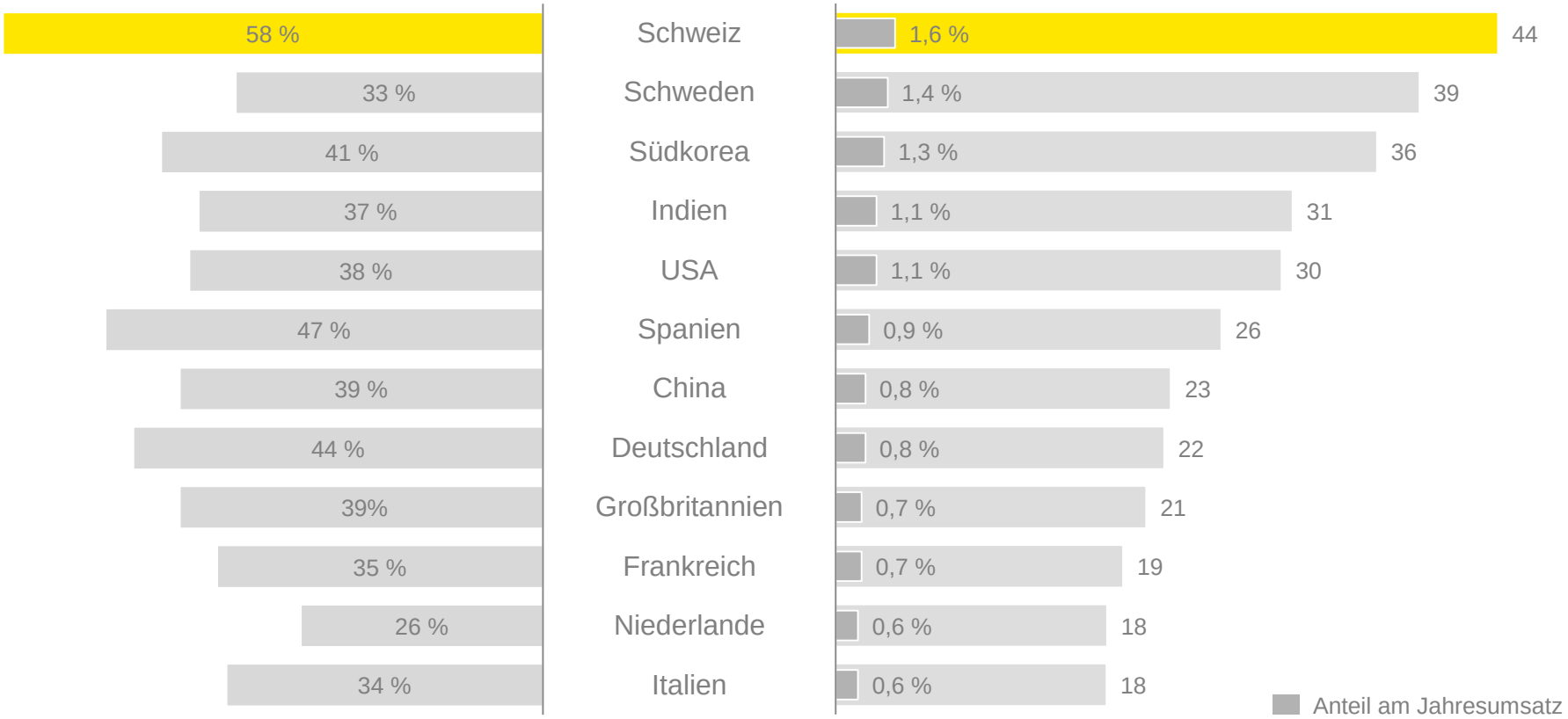


Durchschnittlich etwa 29 Millionen Euro – das sind 1,0 Prozent ihres Umsatz – wollen die befragten Unternehmen in diesem Jahr in die Digitalisierung ihres Geschäftsmodells investieren. Allerdings planen sechs von zehn Unternehmen derzeit gar keine nennenswerten Investitionen.

Geplante Digitalisierungsinvestitionen – Länderübersicht

Anteil der Unternehmen, die 2015 nennenswert in Digitalisierung investieren wollen

Durchschnittliches Investitionsvolumen in Mio. Euro (bereinigt um Umsatzeffekte)*

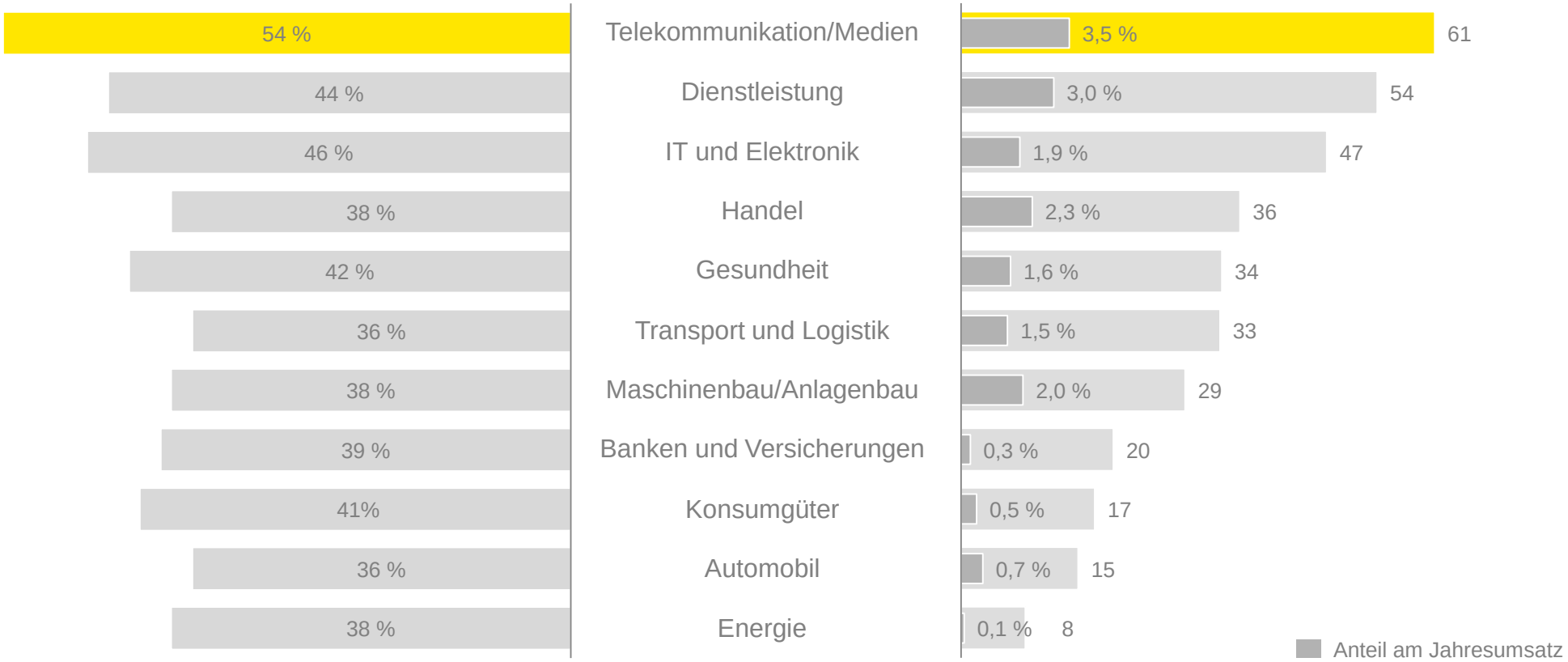


[1] Um eine Vergleichbarkeit zwischen den Ländern herzustellen, wurden die Befragungsergebnisse gewichtet, sodass in allen Ländern – wie im Gesamtsample – der durchschnittliche Jahresumsatz der befragten Unternehmen 2,8 Mrd. Euro beträgt.

Geplante Digitalisierungsinvestitionen – Branchenübersicht

Anteil der Unternehmen, die 2015 nennenswert in Digitalisierung investieren wollen

Durchschnittliches Investitionsvolumen in Mio. Euro (bereinigt um Umsatzeffekte)[1]

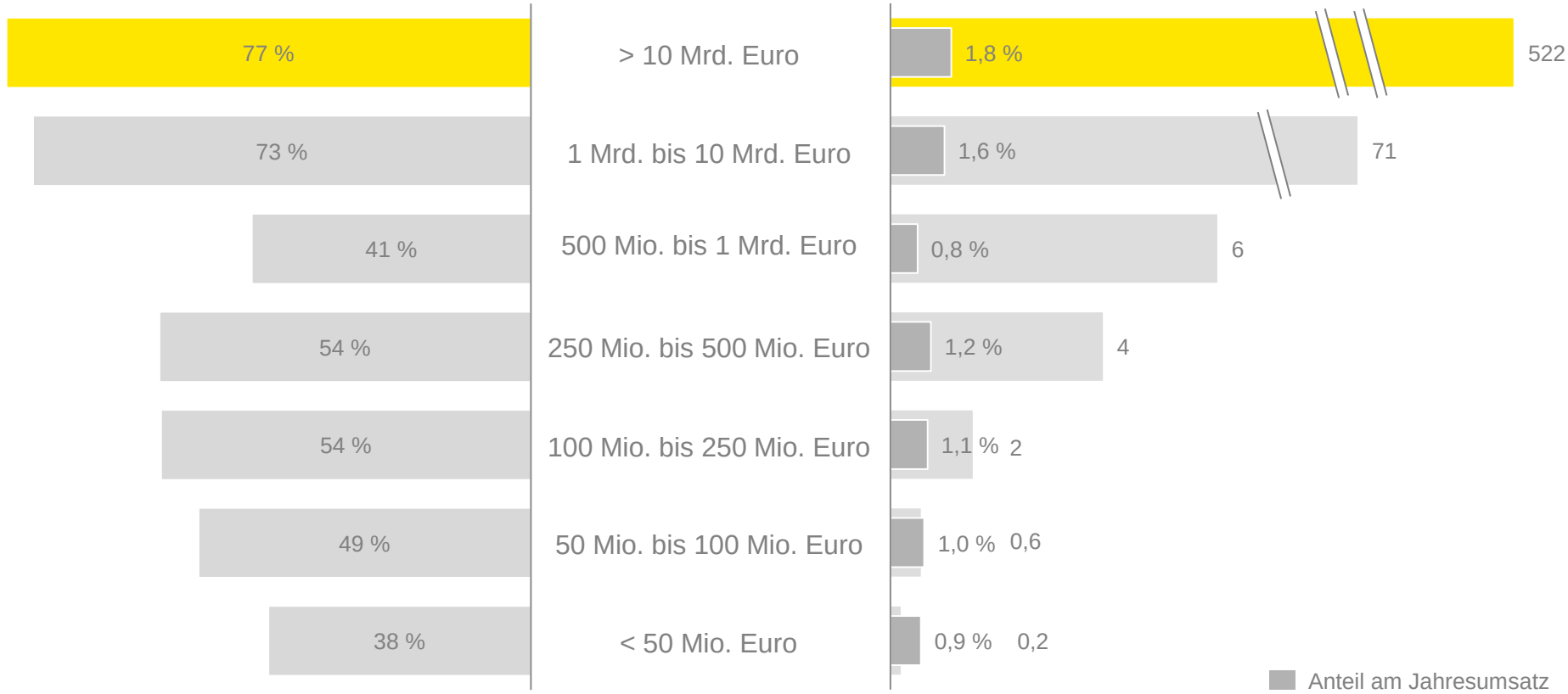


[1] Um eine Vergleichbarkeit zwischen den Branchen herzustellen, wurden die Befragungsergebnisse gewichtet, sodass in allen Branchen – wie im Gesamtsample – der durchschnittliche Jahresumsatz der befragten Unternehmen 2,8 Mrd. Euro beträgt.

Geplante Digitalisierungsinvestitionen – Übersicht nach Umsatzklassen

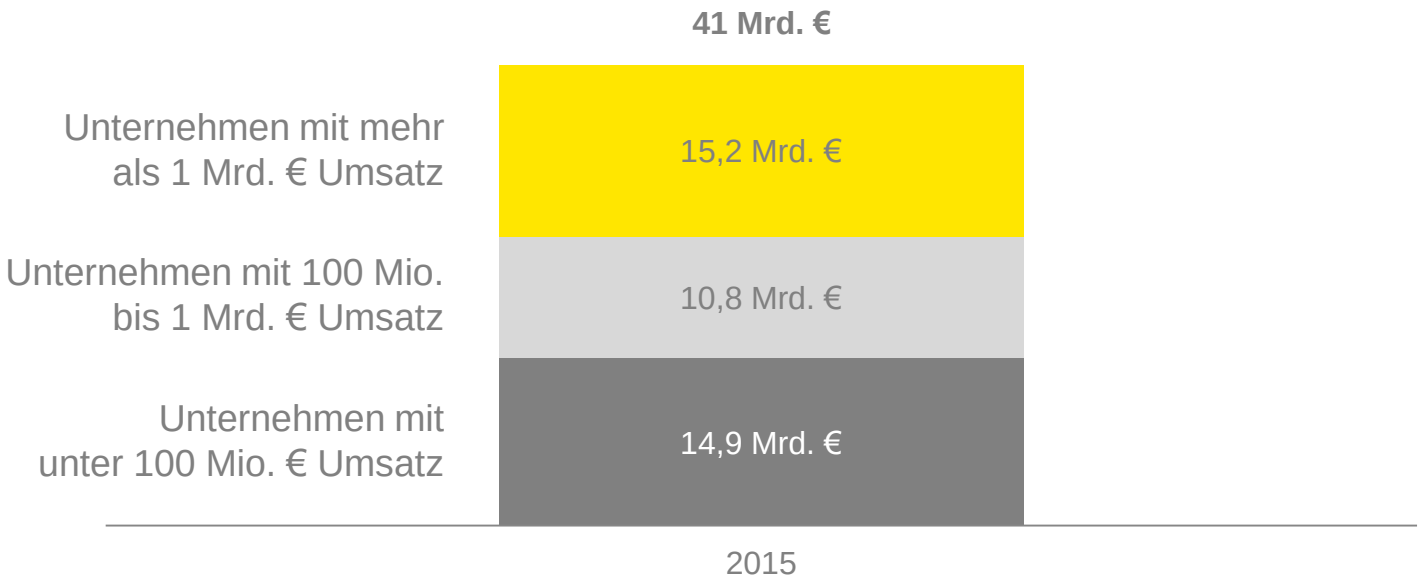
Anteil der Unternehmen, die 2015 nennenswert in Digitalisierung investieren wollen

Durchschnittliches Investitionsvolumen in Mio. Euro



Deutschland: Unternehmen wollen 41 Milliarden Euro in Digitalisierung investieren

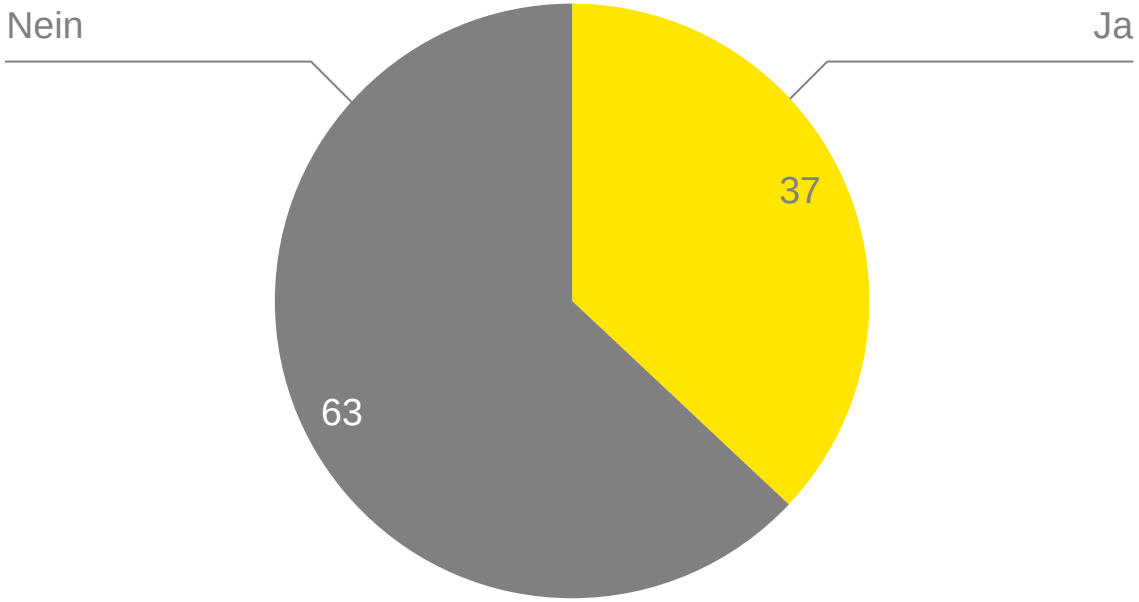
Hochrechnung auf der Basis des Antwortverhaltens der deutschen Unternehmen (differenziert nach Umsatzgrößen) und der Umsatzsteuerstatistik (Statistisches Bundesamt – Berichtsjahr: 2012). Nur Unternehmen mit mehr als 10 Millionen Euro Jahresumsatz.



Hochgerechnet auf alle Unternehmen mit mindestens 10 Millionen Euro Umsatz stehen in diesem Jahr Investitionen in die Digitalisierung der Geschäftsmodelle von 41 Milliarden Euro an.

Jedes dritte Unternehmen würde gern mehr in Digitalisierung investieren …

„Gibt es Faktoren, die verhindern, dass Ihr Unternehmen überhaupt oder mehr in die Digitalisierung des Geschäfts investiert?“



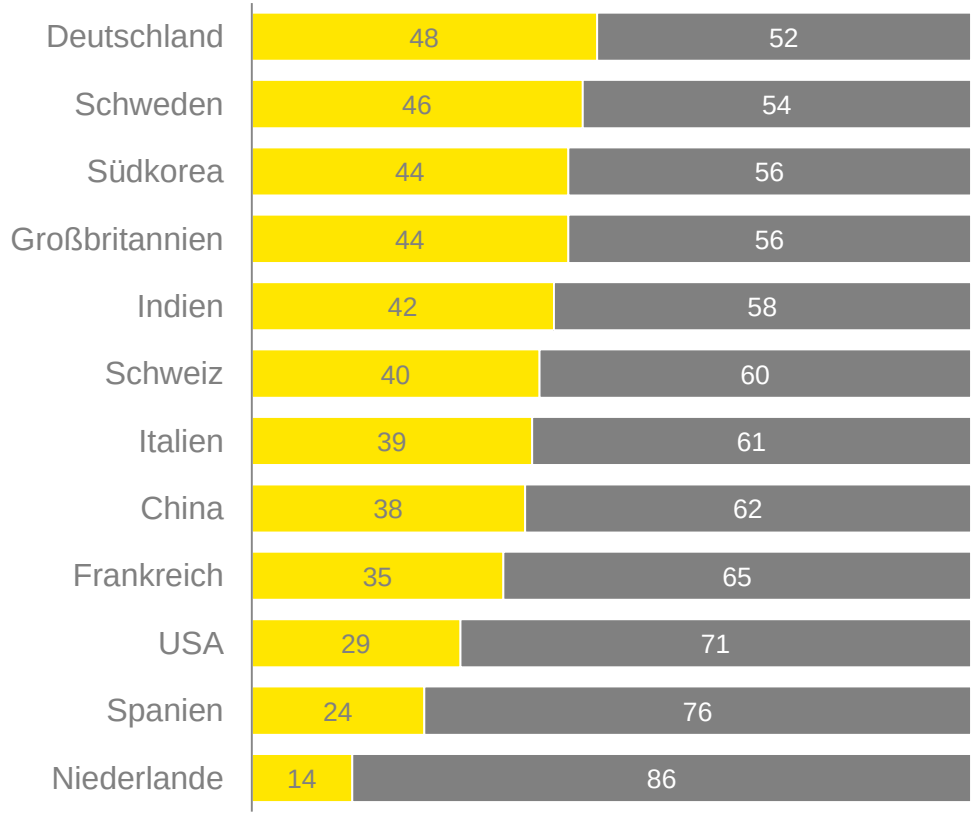
Anteil „Ja, deutlich“	
Top Performer	31
Low Performer	47
Marktführer	24
International tätig	32

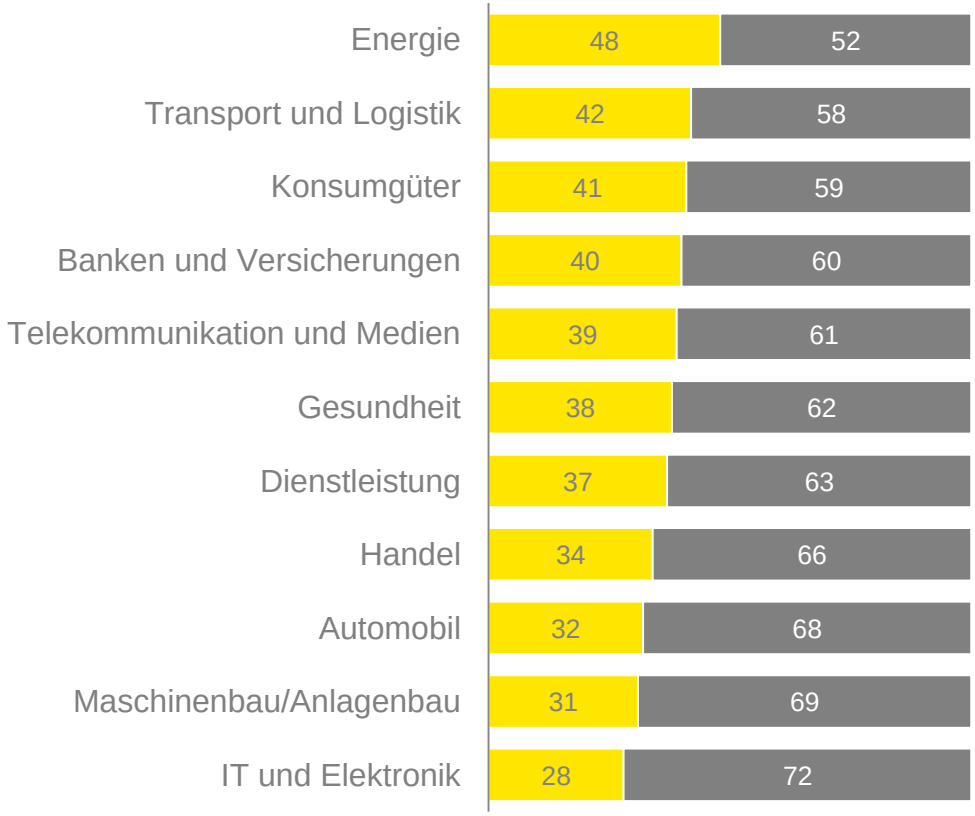
Angaben in Prozent

Bei gut jedem dritten befragten Unternehmen verhindern diverse Faktoren – finanzielle Engpässe, fehlendes Know-how oder fehlendes Fachpersonal – höhere Investitionen in die Digitalisierung des eigenen Geschäfts.

… vor allem deutsche Unternehmen

„Gibt es Faktoren, die verhindern, dass Ihr Unternehmen überhaupt oder mehr in die Digitalisierung des Geschäfts investiert?“



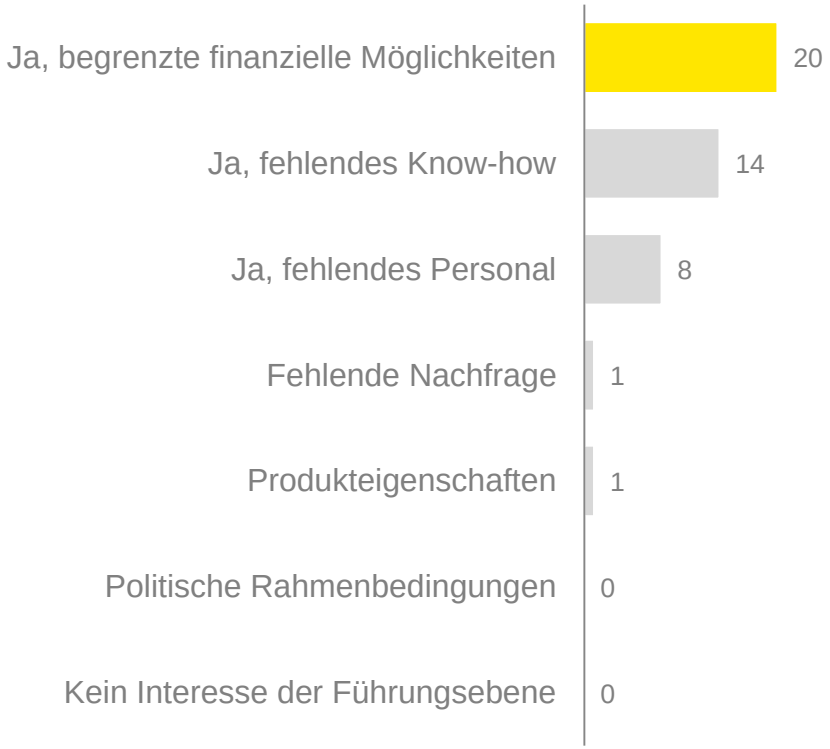


Angaben in Prozent — Ja — Nein

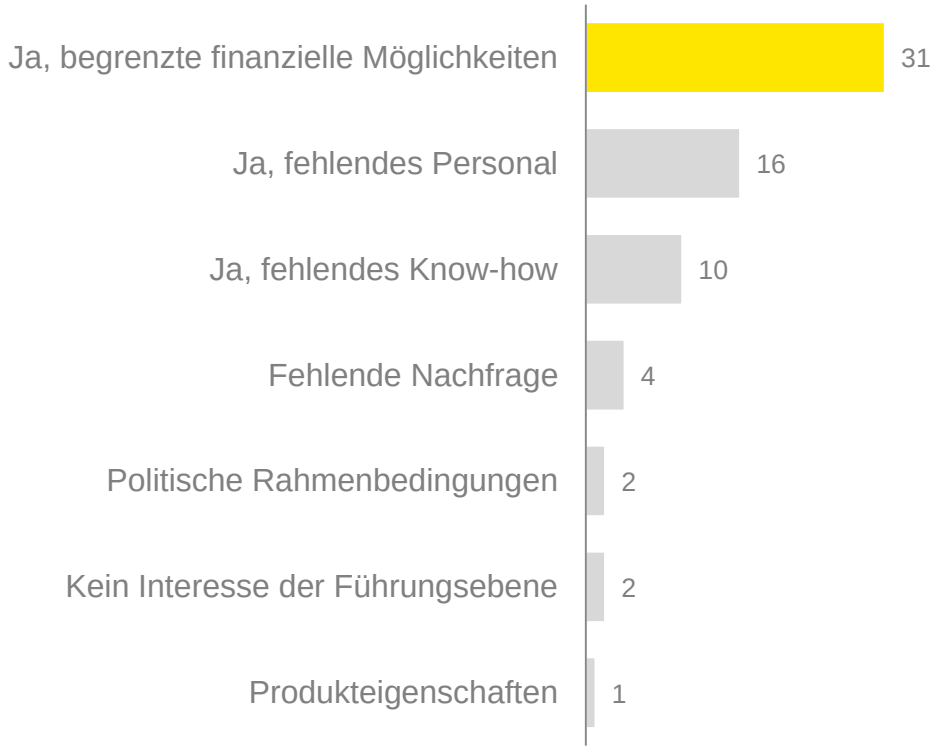
Aber vor allem fehlende Finanzmittel verhindern höhere Investitionen

„Gibt es Faktoren, die verhindern, dass Ihr Unternehmen überhaupt oder mehr in die Digitalisierung des Geschäfts investiert?“

Alle Unternehmen

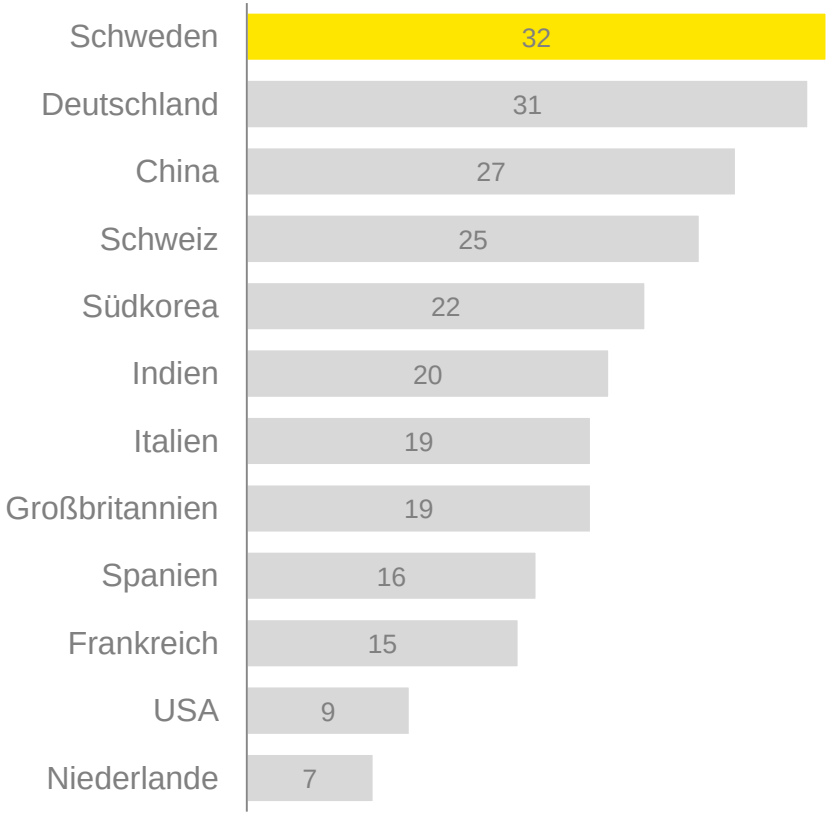


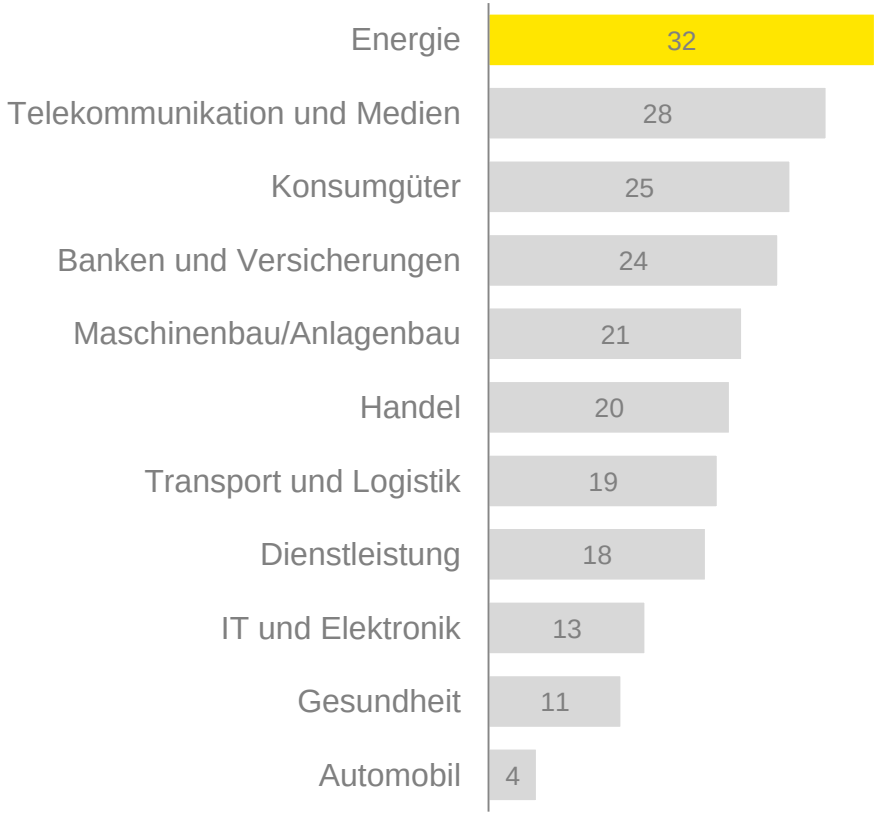
Deutsche Unternehmen



Angaben in Prozent

Finanzielle Engpässe hindern vor allem Energieunternehmen an stärkerer Digitalisierung

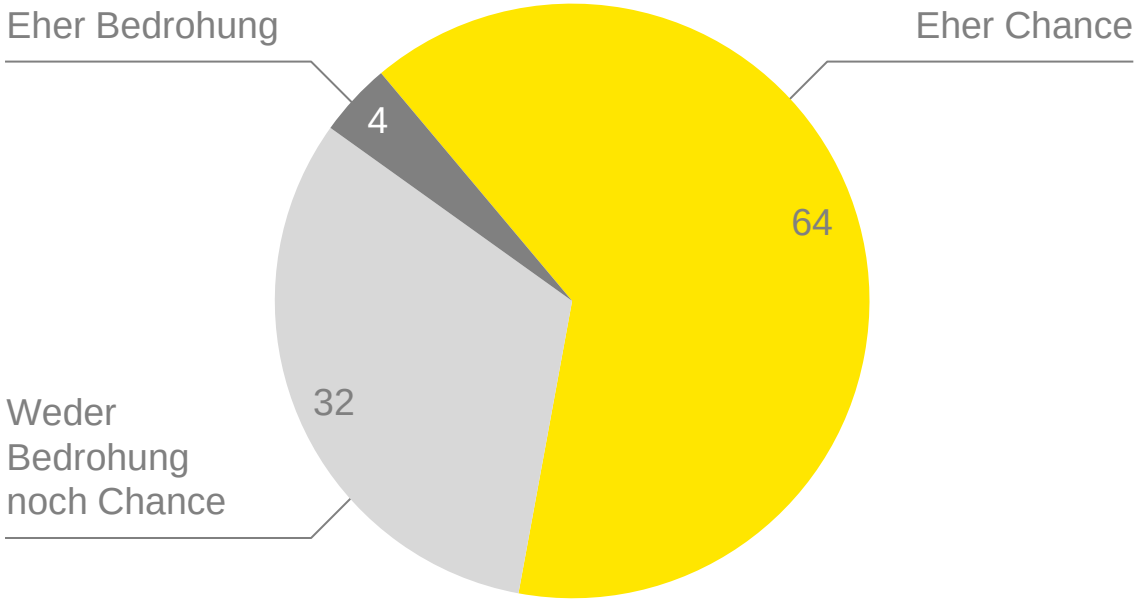




Angaben in Prozent

Fast zwei von drei Unternehmen sehen zunehmende Digitalisierung eher als Chance

„Bewerten Sie generell die zunehmende Digitalisierung der Wirtschaft für Ihr Unternehmen in erster Linie als Bedrohung oder als Chance?“



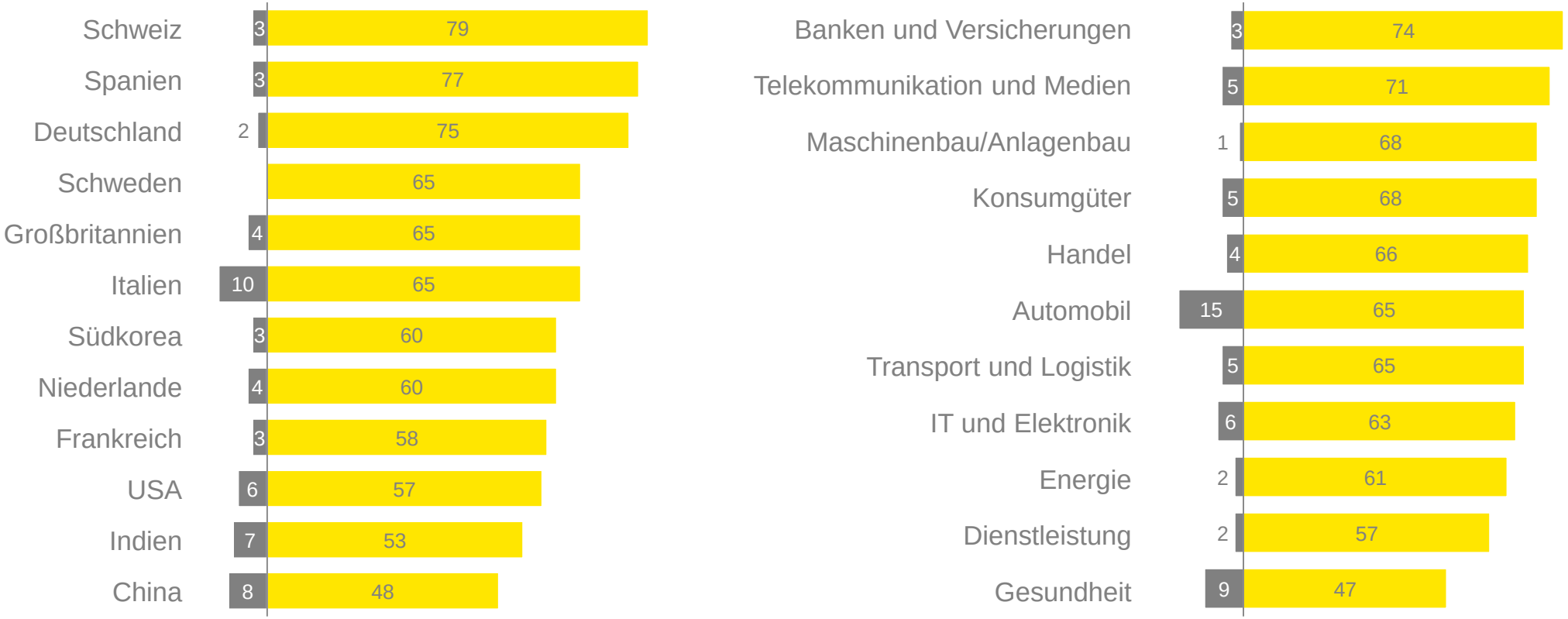
Anteil „Eher Chance“	
Top Performer	74
Low Performer	61
Marktführer	67
International tätig	70

Angaben in Prozent

Die große Mehrheit der Unternehmen sieht in der Digitalisierung der Wirtschaft in erster Linie eine Chance – nur jedes 25. Unternehmen bewertet die Digitalisierung als Bedrohung. Etwa ein Drittel der Unternehmen hingegen sieht sich von dieser Entwicklung nicht betroffen.

Automobilunternehmen sehen Digitalisierung relativ häufig als Bedrohung

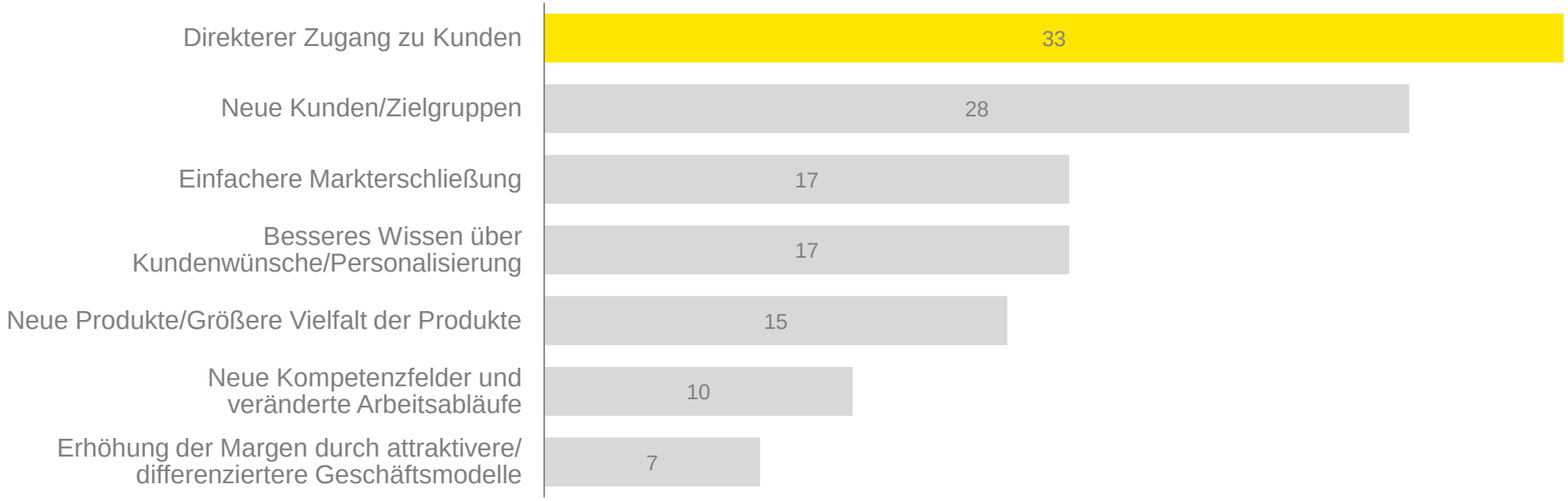
„Bewerten Sie generell die zunehmende Digitalisierung der Wirtschaft für Ihr Unternehmen in erster Linie als Bedrohung oder als Chance?“



Angaben in Prozent Eher Bedrohung Eher Chance

Hauptvorteil: direkterer Zugang zu bestehenden und neuen Kunden

„Inwiefern sehen Sie eine Chance?“

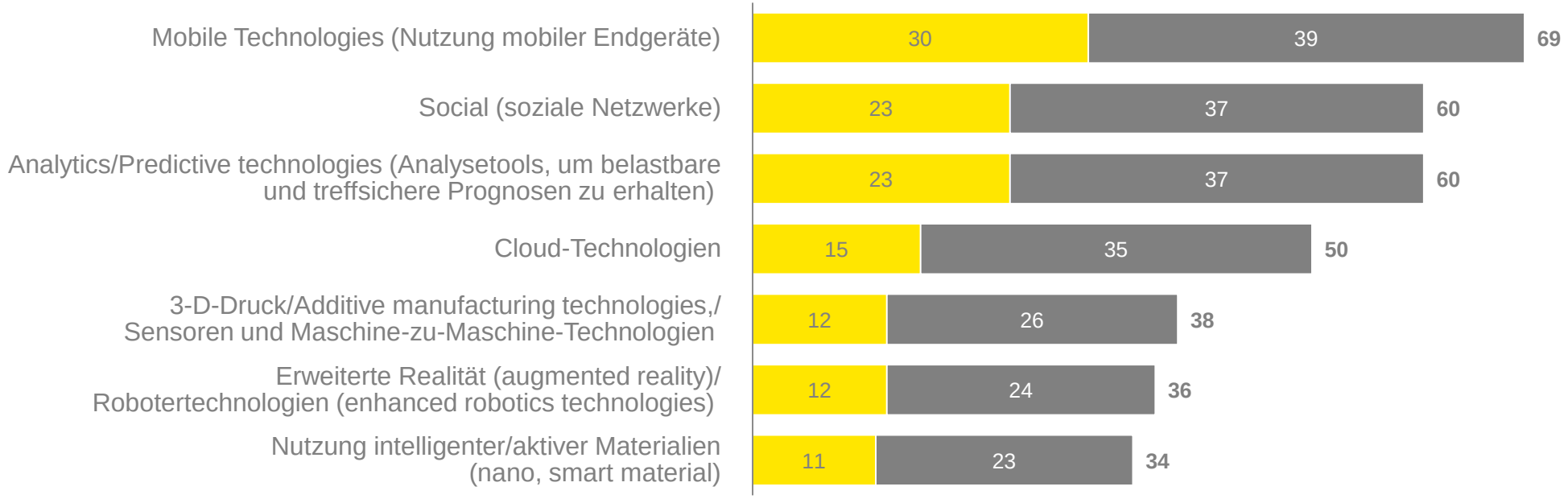


Angaben in Prozent

Dank digitaler Technologien gewinnen die Unternehmen einen direkteren Zugang zu bestehenden und neuen Kunden und kennen deren Wünsche besser.

Aktuelle Technologietrends: Bedeutung für Unternehmen

„Im Kontext der Digitalisierung: Welche Bedeutung haben die folgenden Technologietrends derzeit für Ihr Unternehmen?“

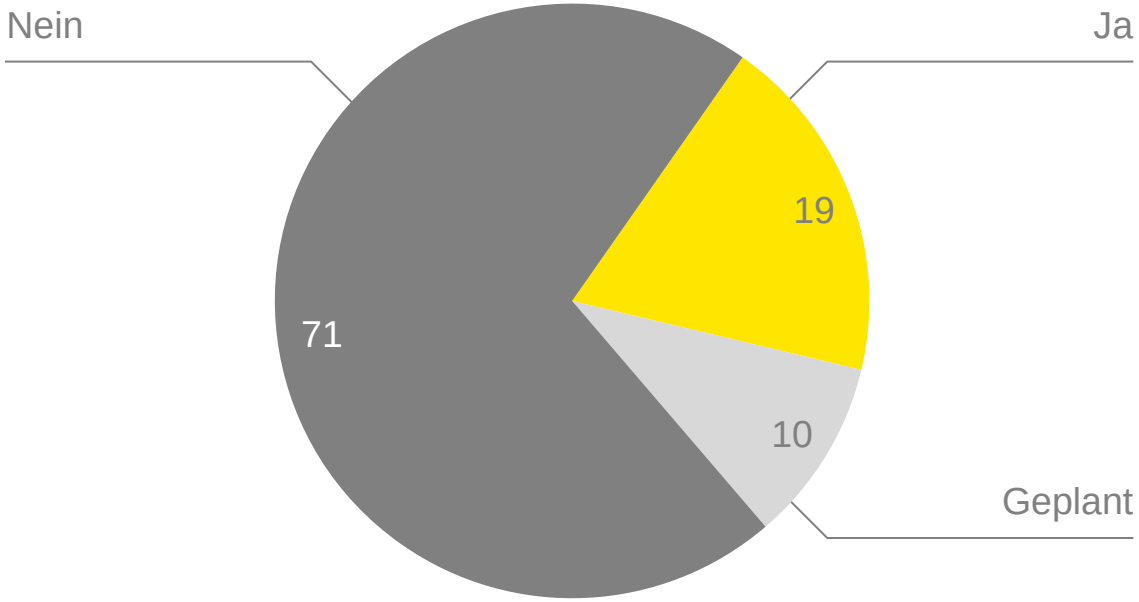


Angaben in Prozent Große Bedeutung Mittlere Bedeutung

Die wichtigsten Technologietrends aus Unternehmenssicht: Mobile, Social und Analytics.

Jedes fünfte Unternehmen bereits mit einem „Chief Digital Officer“

„Haben Sie die Funktion/Rolle eines „Chief Digital Officer“ etabliert?“



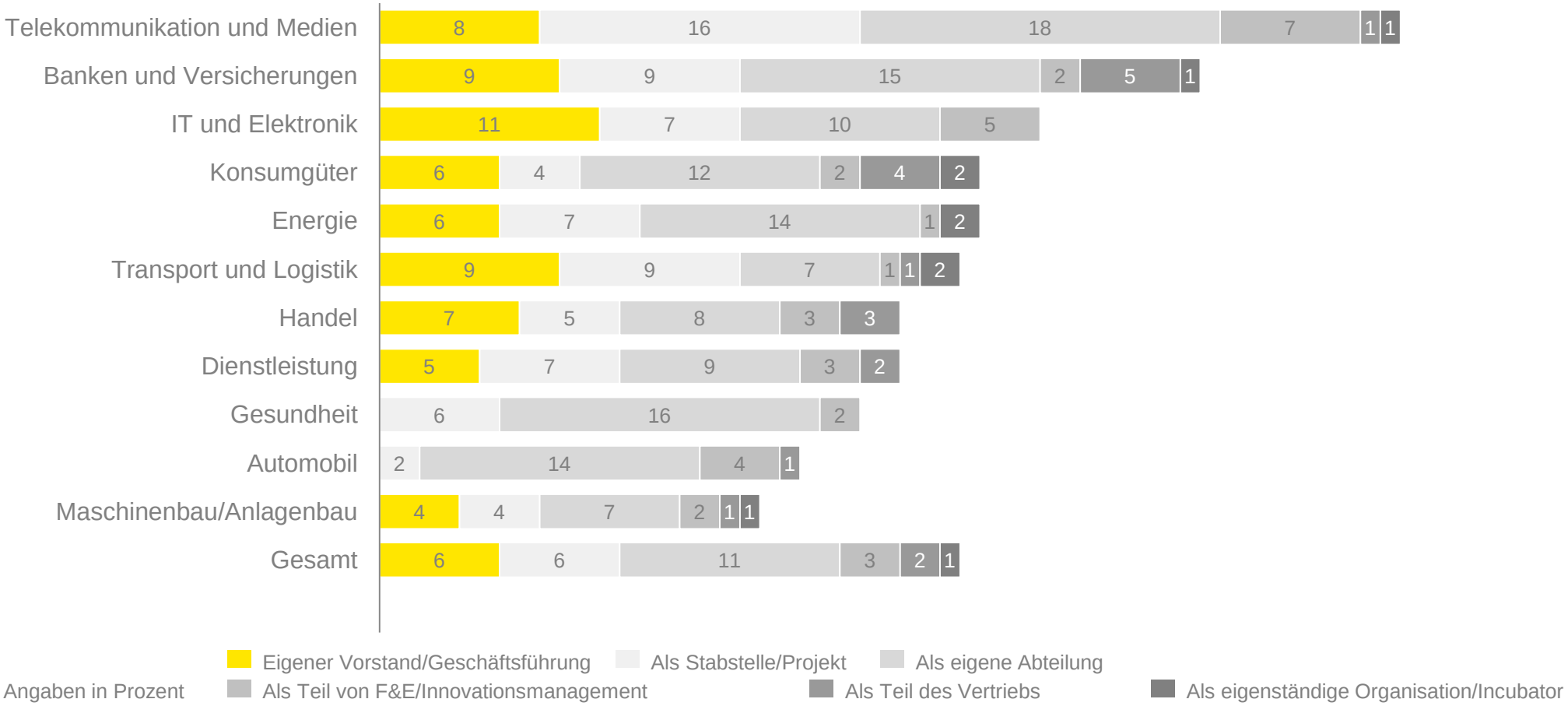
Anteil „Ja“	
Top Performer	30
Low Performer	13
Marktführer	22
International tätig	24

Angaben in Prozent

Knapp jedes fünfte befragte Unternehmen hat einen Hauptverantwortlichen zum Thema Digitalisierung benannt, weitere 10 Prozent planen dies. Am stärksten verbreitet ist die Position des CDO bei Telekommunikationsunternehmen und in der Finanzbranche (siehe nächste Seite).

Chief Digital Officer: Branchenübersicht

„Auf welcher Unternehmensebene ist der CDO angesiedelt bzw. wird er angesiedelt sein?“



Angaben in Prozent

EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

Die globale EY-Organisation im Überblick

Die globale EY-Organisation ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung und Managementberatung. Mit unserer Erfahrung, unserem Wissen und unseren Leistungen stärken wir weltweit das Vertrauen in die Wirtschaft und die Finanzmärkte. Dafür sind wir bestens gerüstet: mit hervorragend ausgebildeten Mitarbeitern, starken Teams, exzellenten Leistungen und einem sprichwörtlichen Kundenservice. Unser Ziel ist es, Dinge voranzubringen und entscheidend besser zu machen – für unsere Mitarbeiter, unsere Mandanten und die Gesellschaft, in der wir leben. Dafür steht unser weltweiter Anspruch „Building a better working world“.

Die globale EY-Organisation besteht aus den Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Mandanten. Weitere Informationen finden Sie unter www.ey.com.

In Deutschland ist EY an 22 Standorten präsent. „EY“ und „wir“ beziehen sich in dieser Publikation auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited.

Diese Publikation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und kann daher nicht als Ersatz für eine detaillierte Recherche oder eine fachkundige Beratung oder Auskunft dienen. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität; insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt damit in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung seitens der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und/oder anderer Mitgliedsunternehmen der globalen EY-Organisation wird ausgeschlossen. Bei jedem spezifischen Anliegen sollte ein geeigneter Berater zurate gezogen werden.

©2015 Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
All Rights Reserved.

www.de.ey.com.